

УДК 338.48

А. В. Ледницкий, Л. Ю. Пшебельская, А. Г. Гайда
Белорусский государственный технологический университет

ТЕНДЕНЦИИ И НАПРАВЛЕНИЯ ТРАНСФОРМАЦИИ СОВРЕМЕННОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА

Индустрия туризма, являющаяся в высшей степени инклюзивным сектором, играет важную роль в стимулировании потребления, интеграции отраслей, добавлении стоимости, защите окружающей среды и повышении благосостояния жителей. По мере того как уровень жизни возрастает, спрос на туризм резко также увеличивается, что побуждает отрасль осваивать новые направления, внедрять инновационные формы, расширять производственные цепочки и обогащать свои предложения, чтобы удовлетворить обширные потребности рынка. С точки зрения экономических показателей туристический сектор является одним из наиболее быстро развивающихся. Динамичное развитие туристических рынков позволяет создавать новые рабочие места, обеспечивать развитие смежных отраслей, а значит, повышать благосостояние населения.

Статья затрагивает актуальные вопросы развития туризма на современном этапе. В рамках статьи проводится стратегический анализ отрасли туризма в мире и в Республике Беларусь. Эта сфера всегда ориентируется на новейшие достижения в области информационно-коммуникационных технологий. Внесение инноваций в туристические продукты помогает компаниям стабильно работать в условиях жесткой конкуренции, привлекать новых клиентов, занимать лидирующие позиции в туристической индустрии, увеличивать доходность. Целью данной статьи является выявление и анализ глобальных и национальных трендов развития туризма в современных условиях.

Ключевые слова: туризм, туристический комплекс, формы организации туризма, факторы развития, экономика туризма, туристические потоки, туристические тренды, устойчивое развитие, цифровизация, инновации.

Для цитирования: Ледницкий А. В., Пшебельская Л. Ю., Гайда А. Г. Тенденции и направления трансформации современного туристического комплекса // Труды БГТУ. Сер. 5, Экономика и управление. 2025. № 2 (298). С. 58–65.

DOI: 10.52065/2520-6877-2025-298-7.

A. V. Lednitskiy, L. Yu. Pshebelskaya, A. G. Gaida
Belarusian State Technological University

TRENDS AND DIRECTIONS OF TRANSFORMATION OF THE MODERN TOURISM COMPLEX

The tourism industry, being a highly inclusive sector, plays an important role in stimulating consumption, integrating industries, adding value, protecting the environment and improving the well-being of residents. As the standard of living rises, the demand for tourism also increases sharply, which encourages the industry to develop new directions, introduce innovative forms, expand production chains and enrich its offerings in order to meet the extensive needs of the market. In terms of economic indicators, the tourism sector is one of the fastest growing. The dynamic development of tourism markets allows creating new jobs, ensuring the development of related industries, and thus improving the well-being of the population.

The article touches upon the current issues of tourism development at the present stage. Within the framework of the article, a strategic analysis of the tourism industry in the world and in the Republic of Belarus in modern conditions is carried out. This area is always focused on the latest achievements in the field of information and communication technologies. Introducing innovations into tourism products helps companies to operate stably in the conditions of tough competition, attract new clients, take leading positions in the tourism industry, and increase profitability. The purpose of this article is to identify and analyze global and national trends in tourism development in modern conditions.

Keywords: tourism, tourism complex, forms of tourism organization, development factors, tourism economy, tourist flows, tourism trends, sustainable development, digitalization, innovations.

For citation: Lednitskiy A. V., Pshebelskaya L. Yu., Gaida A. G. Trends and directions of transformation of the modern tourism complex. *Proceedings of BSTU, issue 5, Economics and Management*, 2025, no. 2 (298), pp. 58–65 (In Russian).

DOI: 10.52065/2520-6877-2025-298-7.

Введение. Туризм является самой динамичной отраслью мирового сектора услуг. Развитие данной сферы предоставляет государствам возможность привлекать инвестиции и увеличивать поступления в бюджет, что благодаря мультипликативному эффекту способствует развитию стратегических секторов экономики. Предпосылками к положительной динамике рынка туризма в мире является такой набор факторов, как рост платежеспособности населения, последовательное развитие туристической инфраструктуры, формирование идентичности государства на международной арене для улучшения репутации страны, рост уровня проникновения дистанционных финансовых услуг, инновационных цифровых технологий и т. д. При этом для исключения деградации природного и культурного потенциала страны на первое место должно выходить государственное регулирование туристической сферой, основанной на принципах устойчивого развития. Всемирная туристская организация (UNWTO) определяет устойчивый туризм как создание долгосрочных условий для развития отрасли, сохранение природных ресурсов, социальных и культурных ценностей [1]. Он должен обеспечивать повышение уровня жизни населения за счет экономического роста и сохранения экологических преимуществ и природного капитала для будущих поколений. Важным аспектом является участие местного населения в управлении туризмом. Устойчивый туризм удовлетворяет потребности туристов и принимающих регионов, одновременно защищая и расширяя возможности для будущего поколения. Управление ресурсами должно соответствовать экономическим, социальным и эстетическим потребностям, сохранять культурную целостность, важные экологические процессы, биологическое разнообразие и системы жизнеобеспечения. Продукты устойчивого туризма гармонично сочетаются с местной окружающей средой, обществом и культурой, принося пользу и не нанося ущерба развитию туризма [2].

Основная часть. Определение туризма является предметом непрекращающихся дебатов в академических кругах, где пока не существует единого, общепринятого толкования. Новое определение туризма, представленное в «Повестке дня по туризму на XXI век», разработанной Всемирной туристской организацией (UNWTO), Всемирным советом по туризму и путешествиям (WTTC) и Советом Земли (Earth Council), гласит: «Туризм – это деятельность людей, которые покидают свою привычную среду обитания и перемещаются в другое место для отдыха, бизнеса или иных целей, оставаясь там на срок не более одного года» [3]. Это определение основано на рассмотрении индустрии туризма с акцентом на техническую осуществимость определения и его утилитарную значимость для масштаба индустрии.

Оно принято для официальной статистики в большинстве стран.

Выделим основные характеристики концепции туризма [4, 5]:

- многомерность – концепция туризма не может быть объяснена в одном измерении, она требует всестороннего рассмотрения множества аспектов, таких как цель, время, местоположение и поведение;

- динамика – с развитием общества и изменением представлений людей концепция туризма постоянно обновляется. Начиная с раннего экскурсионного туризма и заканчивая современным туризмом для отдыха, экотуризмом, культурным туризмом и т. д., его значение постоянно расширяется и углубляется;

- территориальность – в разных странах и регионах понятие туризма понимается и определяется по-разному. На эти различия влияют такие факторы, как уровень экономического развития и культурные традиции, а также туристическая политика и рыночное позиционирование каждой страны;

- субъективность в сочетании с объективностью – интерпретация концепции туризма включает в себя как объективные поведенческие характеристики, такие как покидание места жительства и пребывание в нем в течение определенного периода времени, так и субъективные психологические переживания, такие как отдых, релаксация и исследование.

Туризм предоставляет людям возможность покинуть привычные рамки и узнать новые места как в своей стране, так и за ее пределами, включая другие регионы. Этот процесс способствует культурному обмену и укреплению взаимопонимания между разнообразными группами населения как внутри государств, так и на международном уровне.

В 2020 г. пандемия COVID-19 оказала колоссальное влияние на перемещение людей по всей планете. Это было вызвано как общемировыми ограничительными мерами, так и изменившимся отношением к рискам для здоровья и непредсказуемостью, связанной с поездками [6]. В 2021 г. многие ограничения были ослаблены, что дало возможность туристической отрасли начать восстановление.

По итогам 2024 г. мировой рынок туристических услуг достиг внушительной отметки в 10,9 трлн долл. США. Это демонстрирует рост на 8,5% по сравнению с 2023 г., а также превышает на 6% наивысший показатель, зарегистрированный в 2019 г. Прогнозируется, что в 2025 г. туристический сектор достигнет объема в 11,7 трлн долл. США, что составит 10,3% от общемировой экономики. По оценкам WTTC, к 2035 г. объем этой отрасли может увеличиться до 16,5 трлн долл. США.

В 2024 г. на сферу путешествий и туризма пришлось 10% мировой экономики. Общее количество сотрудников, занятых в соответствующей области в глобальном масштабе, достигло 357 млн человек, что на 6,2% больше по сравнению с предыдущим годом. Таким образом, примерно каждое десятое рабочее место в мире связано с туристической отраслью. При этом международные туристические расходы в 2024 г. выросли почти на 12% (до 1,87 трлн долл. США). В целом мировая туристическая индустрия восстановилась на 99% от уровня, который наблюдался до начала пандемии COVID-19.

По оценкам экспертов, отмечается, что Ближний Восток демонстрирует самые высокие темпы роста по сравнению с 2019 г.: число международных прибытий в 2024 г. достигло 95 млн человек, что на 32% превышает допандемический уровень. Рост по отношению к 2023 г. составил 1%. Африка приняла 74 млн туристов, что на 7% больше, чем в 2019 г., и на 12% больше по сравнению с 2023 г. [7].

Европейские страны в 2024 г. посетили 747 млн туристов, соответственно рост по сравнению с 2019 и 2023 гг. составил 1 и 5%. Все европейские регионы превзошли допандемические показатели, за исключением Центральной и Восточной Европы, где популярность многих направлений снизилась в связи со сформировавшейся геополитической обстановкой.

В Северной и Южной Америке зарегистрированы 213 млн туристов – отрасль восстановилось на 97% по сравнению с допандемическими значениями. Страны Карибского бассейна и Центральной Америки в 2024 г. превысили уровень 2019 г. Азиатско-Тихоокеанский регион посетили 316 млн туристов, но количество прибытий по итогам 2024 г. составило 87% от допандемического уровня.

Значительный рост туристического потока в 2024 г. по отношению к 2019 г. отмечен по следующим направлениям: Сальвадор (+81%), Саудовская Аравия (+69%), Эфиопия (+40%), Марокко (+35%), Гватемала (+33%) и Доминиканская Республика (+32%). Ожидается, что рост международного туризма продолжится в течение 2025 г.

В 2023 г. Франция стала мировым лидером по количеству иностранных туристов – эту страну посетили около 100 млн граждан других государств. В десятке стран – лидеров по числу иностранных туристов в 2023 г. второе место занимала Испания (примерно 85 млн посещений). Замкнули тройку лидеров США с 67 млн иностранных туристов. Кроме того, в рейтинг вошли: Италия – 57 млн иностранных туристов; Турция – 55 млн; Мексика – 42 млн; Великобритания – 37 млн; Китай – 36 млн; Германия – 35 млн; Греция – 33 млн.

Более половины (56,5%) этих туристических поездок были достаточно короткими, продолжительностью от 1 до 3 ночей. 72,8% всех поездок были совершены внутри страны, а 27,2% – за рубеж [8].

По оценкам, в 2023 г. жители ЕС провели за рубежом 2,4 млрд ночей в туристических поездках. Жители Германии провели за рубежом 877 млн ночей в 2023 г., а жители Нидерландов – 234 млн ночей. На долю этих двух стран ЕС пришлось почти половина (45,8%) от общего числа ночей, проведенных жителями ЕС за рубежом.

В ЕС действует более 636 000 объектов размещения туристов, которые в совокупности обеспечивают 29,2 млн мест. Более половины (54,5%) всех объектов размещения в ЕС приходится на Италию (230 000) и Хорватию (117 000).

Экономическую значимость международного туризма можно оценить, посмотрев на соотношение доходов от международных поездок к ВВП.

В 2023 г. соотношение доходов от путешествий к ВВП было самым высоким среди стран ЕС в Хорватии (18,7%), на Кипре (10,6%), на Мальте (9,6%), в Португалии (9,5%) и в Греции (9,1%), что подтверждает важность туризма для этих стран (рис. 1).

В абсолютном выражении самые высокие доходы от международных поездок в 2023 г. были зафиксированы в Испании (85,1 млрд евро), Франции (65,9 млрд евро), Италии (51,7 млрд евро) и Германии (35,0 млрд евро). Самый высокий уровень расходов на международные поездки в 2023 г. был зафиксирован в Германии (106,8 млрд евро). За ней следует Франция (51,8 млрд евро).

Испания стала страной ЕС с самым высоким уровнем чистых поступлений от путешествий в 2023 г. (58,8 млрд евро), в то время как Германия зафиксировала самый большой дефицит (–71,8 млрд евро) [9].

В среднем в 2019 г. по ЕС на туризм пришлось 4,5% валовой добавленной стоимости, созданной в ЕС: от 11,3% в Хорватии до 1,2% в Люксембурге (рис. 2).

В абсолютном выражении валовая добавленная стоимость, связанная с туризмом, составила 572 млрд евро. Основной вклад в эту оценку на уровне ЕС внес туристический сектор Германии (124 млрд евро), Италии (100 млрд евро), Франции (87 млрд евро) и Испании (78 млрд евро).

Следует отметить, что валовая добавленная стоимость создается не только за счет поездок, проведенных в стране, но и, например, за счет местных поставщиков услуг (таких как авиакомпании или туроператоры), которые предоставляют туристические услуги резидентам, посещающим зарубежные направления [10].

	Receipts			Relative to GDP 2022 (%)	Expenditure			Relative to GDP 2022 (%)	Balance (million €)
	2010	2015	2023		2010	2015	2023		
EU(*)	96 200	136 062	180 796	1.1	80 421	94 807	129 786	0.8	51 010
Belgium	8 620	7 090	8 233	1.4	14 313	12 311	21 372	3.6	-13 139
Bulgaria	2 574	2 815	3 820	4.0	626	1 016	1 635	1.7	2 185
Czechia	5 419	5 465	7 190	2.3	3 216	4 304	6 902	2.2	288
Denmark	4 420	6 068	9 022	2.4	6 674	8 065	9 847	2.6	-825
Germany	26 159	33 265	34 993	0.8	58 934	69 859	106 767	2.6	-71 774
Estonia	824	1 343	1 377	3.6	481	922	1 245	3.3	132
Ireland	3 106	5 018	6 981	1.4	5 358	5 340	12 219	2.4	-5 238
Greece	9 611	14 126	20 593	9.1	2 156	2 038	2 431	1.1	18 162
Spain	44 375	56 310	85 075	5.7	12 788	15 724	26 320	1.8	58 755
France	43 040	50 079	65 858	2.3	29 016	37 465	51 768	1.8	14 090
Croatia	5 576	7 219	14 598	18.7	629	681	1 798	2.3	12 801
Italy	29 257	35 555	51 687	2.4	20 415	22 013	31 586	1.5	20 102
Cyprus	1 636	2 279	3 323	10.6	999	973	1 690	5.4	1 633
Latvia	484	807	1 180	3.0	490	557	1 167	3.0	12
Lithuania	729	1 041	1 572	2.1	644	857	1 537	2.1	36
Luxembourg	4 286	5 049	6 128	7.6	1 847	2 056	4 694	5.8	1 434
Hungary	4 315	4 797	7 289	3.7	1 821	1 649	3 427	1.7	3 862
Malta	814	1 246	1 982	9.6	234	332	553	2.7	1 429
Netherlands	8 850	13 184	19 131	1.8	15 184	17 239	22 952	2.1	-3 821
Austria	14 027	16 435	22 836	4.8	7 717	8 408	14 084	3.0	8 752
Poland	7 146	9 277	13 900	1.9	6 345	6 949	9 563	1.3	4 337
Portugal	7 600	11 618	25 420	9.5	2 953	3 332	6 305	2.4	19 117
Romania	861	1 659	4 972	1.5	1 445	2 014	8 667	2.7	-3 694
Slovenia	1 991	2 162	3 271	5.1	1 125	1 109	2 435	3.8	837
Slovakia	1 684	2 192	1 480	1.2	1 471	1 917	2 147	1.7	-667
Finland	2 291	2 684	3 759	1.4	3 252	4 325	5 360	2.0	-1 601
Sweden	6 324	7 551	9 134	1.7	9 172	11 796	12 684	2.3	-3 550
Iceland	430	1 470	2 903	10.0	462	869	1 511	5.2	1 392
Norway	.	.	6 219	.	.	.	15 889	.	-9 670
Switzerland	11 197	15 251	18 959	0.2	8 940	15 518	20 828	4.7	-1 870
Montenegro	.	814	1 508	4.2	.	144	71	0.0	1 437
North Macedonia	.	239	552	4.3	.	11	390	3.0	162
Albania	.	1 352	4 166	23.2	.	1 116	2 333	13.0	1 833
Serbia	.	944	2 559	4.2	.	993	3 083	5.1	-524
Turkiye	17 202	29 890	45 694	5.3	3 923	5 365	7 310	0.8	38 384
Kosovo*	328	720	2 207	24.7	105	193	626	7.0	1 581

Рис. 1. Доходы и расходы на поездки в платежном балансе некоторых стран ЕС

Удельный вес Республики Беларусь в совокупном доходе мирового туристического сектора в 2019 г. составил 0,047%, прямой вклад сферы туризма в экономику республики за период 2020–2024 гг. изменялся с 1,4 до 1,9%. Основные показатели работы туристической сферы представлены в таблице [11].

Туристический сектор Беларуси вносит значительный вклад в экспорт, в совокупную занятость населения. С 1998 г. количество объектов размещения всех типов увеличилось в 2,3 раза. Наша страна обладает уникальными природными ресурсами. В Республике Беларусь функционирует более 1,3 тыс. особо охраняемых природных территорий, которые занимают примерно 9% площади страны, что позволяет активно развивать экологиче-

ский туризм [12, 13]. Прибыль от оказания туристических услуг за 2021–2024 гг. выросла в 2,7 раза.

Для дальнейшего развития туристического потенциала необходимо учитывать современные тенденции, связанные с цифровизацией, внедрением инновационных технологий в бизнес-процессы. Эволюция форм организации туризма в эпоху цифровых технологий – от традиционных пакетных туров, проводимых туристическими агентствами, до интеллектуальных индивидуальных туров – не только поменяла структуру туристической индустрии, но и коренным образом изменила способы путешествий и впечатления туристов. Существует много видов форм организации туризма, которые можно разделить на традиционные и новые.

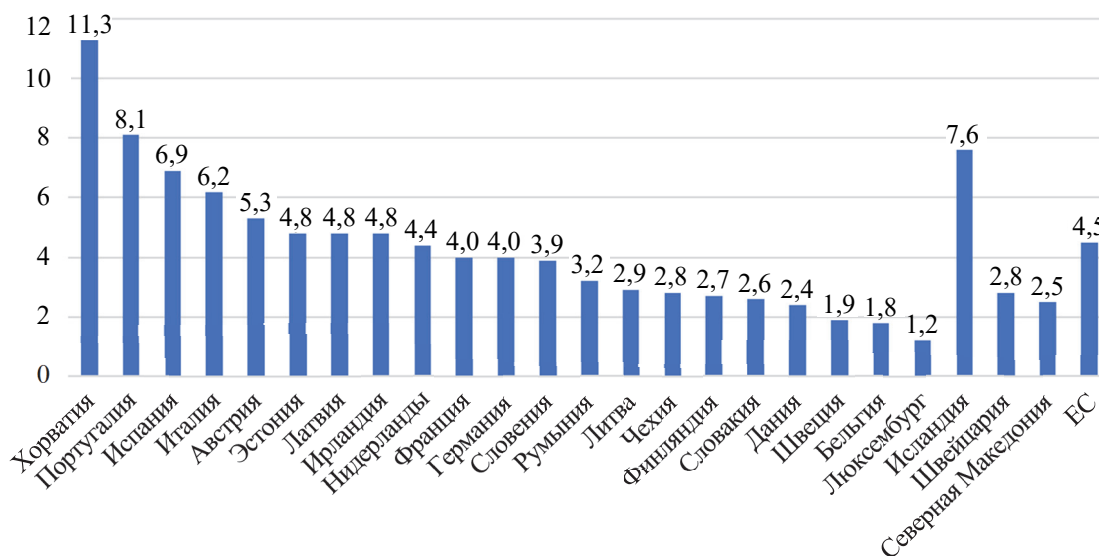


Рис. 2. Доля валовой добавленной стоимости, непосредственно связанной с туризмом, в общей валовой добавленной стоимости экономики некоторых стран в 2019 г.

**Основные показатели работы организаций,
осуществлявших туристическую деятельность за 2020–2024 гг.**

Показатели	2020	2021	2022	2023	2024
Выручка от оказания туристических услуг (за вычетом налогов и сборов, включенных в выручку), тыс. руб.	110 684,9	327 856,1	385 697,1	711 345,7	1 103 538,4
Прибыль от оказания туристических услуг, тыс. руб.	464,7	34 574,2	49 603,3	71 792,0	91 465,6
Число коллективных средств размещения, единиц	1096	1066	1066	1062	1096
Численность размещенных, чел.	1 699 709	2 322 250	2 832 971	3 207 563	3 568 495
Количество организаций, осуществлявших туристическую деятельность, единиц	1348	1315	1203	1108	1108
Стоимость туров, оплаченных туристами и экскурсантами, млн руб.	374,5	918,0	780,3	1402,1	1890,4
Количество субъектов агротуризма, единиц	2936	3150	3043	2409	1408
Численность туристов, обслуженных субъектами агротуризма, чел.	433 294	563 604	559 783	450 415	427 581
Въездной туристический поток, чел.	3 598 488	3 361 045	4 920 463	5 678 395	6 645 204
Выездной туристический поток, чел.	2 810 393	2 615 631	3 868 662	4 223 810	4 691 897
Внутренний туристический поток, чел.	12 217 754	15 490 831	17 163 645	19 841 241	19 747 069
Численность занятых в сфере туризма (в среднем за год), чел.	195,4	192,1	231,5	229,9	228,8

Традиционные формы организации туризма относятся к организационным формам, сформировавшимся на заре развития индустрии туризма и существующим уже долгое время, включая групповые и индивидуальные туры (культурный или экскурсионные, рекреационно-оздоровительный, религиозный).

С развитием туристического рынка и меняющимися запросами туристов появилось несколько новых форм организации туризма, в которых больше внимания уделяется персонализации, впечатлениям и устойчивости. В рамках туристических поездок более активно стали применять инновационные технологии.

Наиболее востребованными новыми формами и технологиями туризма являются [14, 15]:

1) искусственный интеллект (ИИ) находит широкое применение в сфере туризма. Умные чат-боты, работающие на основе ИИ, оперативно и индивидуально отвечают на вопросы путешественников, помогая им сделать правильный выбор. Так, ИИ-системы распознавания лиц ускоряют идентификацию личности, повышая уровень безопасности и предлагая более быструю альтернативу традиционным методам проверки. Прогнозируется, что к 2030 г. объем рынка ИИ в туризме достигнет 13,38 млрд долл. США, демонстрируя среднегодовой рост около 30% в период с 2024 по 2030 г.;

2) иммерсивный туризм. Данный вид туризма отвечает растущему спросу на яркие впечатления, использует технологии дополненной, виртуальной и смешанной реальности. Виртуальная реальность имитирует реальные места с помощью

компьютерной среды, позволяя туристам виртуально исследовать места назначения. Дополненная реальность улучшает впечатления от путешествий благодаря интерактивным элементам, таким как навигационные карты и реклама. Туристические компании используют геймификацию на основе дополненной и виртуальной реальности для повышения привлекательности туристических объектов. Более того, эти технологии позволяют отелям и курортам предоставлять услуги и номера в увлекательной интерактивной форме;

3) IoT-технологии (Интернет вещей). Генерируют большой объем данных, которые туристические компании используют для персонализации услуг во время последующих визитов («умные» номера, датчики отслеживания багажа в режиме реального времени с помощью IoT-меток и др.);

4) бесконтактные технологии. Например, сканирование радужной оболочки глаза избавляет туристов от необходимости использовать традиционные билеты. QR-коды обеспечивают оперативный доступ к информации на мобильных устройствах. Бесконтактные способы оплаты, внедренные в отелях и ресторанах, гарантируют скорость и безопасность транзакций. Устройства, используемые в путешествиях, предоставляют уведомления в режиме реального времени и бесконтактный доступ к сервисам и информации. Ожидается, что к 2034 г. мировой рынок бесконтактных билетов достигнет 30,44 млрд долл. США, демонстрируя среднегодовой рост в 14%;

5) большие данные и аналитика. Позволяют туристическим компаниям получать информацию о потребительских тенденциях для стратегического маркетинга, прогнозируют спрос. Изучая действия путешественников, они могут предлагать индивидуальные советы по резервированию гостиниц, заказу транспортных услуг, покупке авиа- и других билетов. Кроме того, появится больше возможностей для предотвращения киберпреступлений и обеспечения защиты личных данных клиентов. Согласно прогнозам, к 2033 г. мировой рынок туристической индустрии и анализа больших данных достигнет отметки в 486,6 млрд долл. США, демонстрируя среднегодовой рост в 8% в период с 2023 по 2033 г.;

6) развитие безопасных, экологических и адаптивных вариантов путешествий, отвечающих изменяющимся требованиям путешественников и учитывающих рекомендации в области здравоохранения (улучшенные протоколы безопасности и гигиены, гибкие условия бронирования, страхование поездок и пр.);

7) премиальные туры. Туристы, предпочитающие данный уровень комфорта, получают персональное внимание и безукоризненное обслуживание, гарантированное премиальным классом сервиса. Примером может служить космический туризм. Компании, предлагающие подобные туры, стремятся к долгосрочным отношениям с клиентами, используя системы членства или абонементы;

8) экотуризм. Путешествия, основанные на принципах экологической ответственности (использование экологически чистого транспорта, проживание в отелях с солнечными бата-

реями и т. д.), направлены на снижение негативного воздействия на природу и поддержку местных жителей. Прогнозируется, что к 2035 г. глобальный рынок экотуризма достигнет 829,8 млрд долл. США, а среднегодовой рост с 2024 по 2035 г. составит 11,7%.

Заключение. Современный этап развития туристической отрасли кардинально отличается от предыдущих периодов, что обусловлено глобальными социально-экономическими трансформациями, включая пандемию и всеобщую цифровизацию. Хотя традиционные формы организации туризма сохраняют свою значимость, удовлетворяя потребности определенной категории путешественников благодаря своей отлаженной структуре, доступной цене и независимости, наряду с ними появляются и новые модели. Эти инновационные формы, такие как самостоятельные, полуавтоматические, индивидуальные, эко-, культурные и смарт-туры, все больше ориентируются на индивидуализацию, получение уникального опыта и экологическую ответственность, удовлетворяя запросы туристов, стремящихся к высококачественным путешествиям.

Совершенствуя концепцию устойчивого развития туризма, необходимо учитывать, помимо экономической, экологической и социальной составляющих, информационно-коммуникационный компонент. Именно информационно-коммуникационное сопровождение туристической деятельности в ближайшем будущем станет играть определяющую роль в формировании туристических потоков и обеспечении устойчивого развития туристических систем [15].

Список литературы

1. Устойчивый туризм. URL: <https://sdgs.un.org/ru/topics/sustainable-tourism> (дата обращения: 17.08.2025).
2. Брасалес Д. Э., Тапия П. Х., Королева И. С. Альтернативный туризм как вид устойчивого туризма // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2020. Т. 5, № 2. С. 3–19. DOI: 10.18413/2408-9346-2020-6-2-0-1.
3. ЮНВТО: Рекомендации по доступному туризму. 2016. URL: https://disright.org/sites/default/files/source/12.12.2016/yunvto_rekomendacii_po_dostupnomu_turizmu.pdf (дата обращения: 20.08.2025).
4. Некрасова М. А. Устойчивый туризм как стратегия безопасности индустрии туризма и гостеприимства // Информация и инновации. 2025. № 20 (1). С. 16–47. DOI: 10.31432/1994-2443.2025.06.
5. Чхотуа И. З., Мурадов А. А. Глобальные и национальные тренды развития туризма в современных условиях // Стратегирование: теория и практика. 2023. Т. 3, № 2. С. 207–217. DOI: 10.21603/2782-2435-2023-3-2-207-217.
6. Андреев Ю. А. Влияние пандемии COVID-19 на международный туризм // Вестник евразийской науки. 2022. Т. 14, № 1. URL: <https://esj.today/PDF/10ECVN122.pdf> (дата обращения: 24.07.2025).
7. World Tourism Rankings. URL: <https://countrycassette.com/world-tourism-rankings-by-country-2022/> (date of access: 11.08.2025).
8. International tourism to reach pre-pandemic levels in 2024. UNWTO // World Tourism Barometer. 2024. Vol. 22. Issue 1. No. 1. URL: file:///D:/UNWTO_Barom24_01_January_Excerpt.pdf (date of access: 11.08.2025).

9. Tourism statistics. Eurostat. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics (date of access: 12.08.2025).
10. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь. Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2025. URL: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/turizm/statisticheskie-izdaniya/index_151280/ (дата обращения: 30.07.2025).
11. Гайда А. Г. Организационно-экономические аспекты развития экологического туризма Республики Беларусь // Повышение качества жизни и обеспечение конкурентоспособности экономики на основе инновационных и научно-технических разработок: сб. ст. VII Междунар. науч.-техн. конф. «Минские научные чтения – 2024», Минск, 3–5 дек. 2024 г. Минск, 2024. Т. 1. С. 431–435.
12. Туристический сектор Беларуси. URL: <https://investinbelarus.by> (дата обращения: 28.07.2025).
13. Top 9 Travel Trends. URL: <https://www.startus-insights.com/innovators-guide/travel-trends-innovation/> (date of access: 14.08.2025).
14. Ecotourism Market Size, Share, Competitive Landscape and Trend Analysis Report, by Age group, by Traveler type, by Sales channel: Global Opportunity Analysis and Industry Forecast, 2023–2035. URL: <https://www.alliedmarketresearch.com/eco-tourism-market-A06364> (date of access: 15.08.2025).
15. Морозов М. М. Концепция устойчивого развития туризма в условиях новой реальности // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2021. Т. 8, № 3. С. 32–39. DOI: 10.18413/2408-9346-2021-7-3-0-3.

References

1. Sustainable tourism. Available at: <https://sdgs.un.org/ru/topics/sustainable-tourism> (accessed 17.08.2025) (In Russian).
2. Brasales D. E., Tapia P. Kh., Koroleva I. S. Alternative tourism as a type of sustainable tourism. *Nauchnyy rezul'tat. Tekhnologii biznesa i servisa* [Scientific result. Business and service technologies], 2020, vol. 5, no. 2, pp. 3–19. DOI: 10.18413/2408-9346-2020-6-2-0-1 (In Russian).
3. UNWTO's recommendations on accessible tourism. 2016. Available at: https://disright.org/sites/default/files/source/12.12.2016/yunvto_rekomendacii_po_dostupnomu_turizmu.pdf (accessed 20.08.2025) (In Russian).
4. Nekrasova M. A. Sustainable tourism as a security strategy for the tourism and hospitality industry. *Informatsiya i innovatsii* [Information and innovation], 2025, no. 20 (1), pp. 16–47. DOI: 10.31432/1994-2443.2025.06 (In Russian).
5. Chkhotua I. Z., Muradov A. A. Global and national trends in tourism development in modern conditions. *Strategirovaniye: teoriya i praktika* [Strategizing: Theory and Practice], 2023, vol. 3, no. 2, pp. 207–217. DOI: 10.21603/2782-2435-2023-3-2-207-217 (In Russian).
6. Andreev Yu. A. Impact of the COVID-19 pandemic on international tourism. *Vestnik yevraziyskoy nauki* [Eurasian Scientific Journal], 2022, vol. 14, no. 1. Available at: <https://esj.today/PDF/10ECVN122.pdf> (accessed 24.07.2025) (In Russian).
7. World Tourism Rankings. Available at: <https://countrycassette.com/world-tourism-rankings-by-country-2022/> (accessed 11.08.2025).
8. International tourism to reach pre-pandemic levels in 2024. UNWTO. *World Tourism Barometer*, 2024, vol. 22, issue 1, no. 1. Available at: file:///D:/UNWTO_Barom24_01_January_Excerpt.pdf (accessed 11.08.2025).
9. Tourism statistics. Eurostat. Available at: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics (accessed 12.08.2025).
10. *Turizm i turisticheskiye resursy v Respublike Belarus'* [Tourism and tourism resources in the Republic of Belarus]. Minsk, Natsional'nyy statisticheskiy komitet Respubliki Belarus' Publ., 2025. Available at: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/turizm/statisticheskie-izdaniya/index_151280/ (accessed 30.07.2025) (In Russian).
11. Gaida A. G. Organizational and economic aspects of the development of ecological tourism in the Republic of Belarus. *Povysheniye kachestva zhizni i obespecheniye konkurentosposobnosti ekonomiki na osnove innovatsionnykh i nauchno-tekhnicheskikh razrabotok: sbornik statey VII Mezhdunarodnoy nauchno-tekhnicheskoy konferentsii "Minskiye nauchnyye chteniya – 2024"* [Improving the quality of life and ensuring the competitiveness of the economy through innovative and scientific technical developments: proceedings of the VII International Scientific and Technical Conference "Minsk Scientific Readings – 2024"]. Minsk, 2024, vol. 1, pp. 431–435 (In Russian).
12. Tourism sector of Belarus. Available at: <https://investinbelarus.by> (accessed 28.07.2025) (In Russian).

13. Top 9 Travel Trends. Available at: <https://www.startus-insights.com/innovators-guide/travel-trends-innovation/> (accessed 14.08.2025).

14. Ecotourism Market Size, Share, Competitive Landscape and Trend Analysis Report, by Age group, by Traveler type, by Sales channel: Global Opportunity Analysis and Industry Forecast, 2023–2035. Available at: <https://www.alliedmarketresearch.com/eco-tourism-market-A06364> (accessed 15.08.2025).

15. Morozov M. M. The concept of sustainable tourism development in the context of the new reality. *Nauchnyy rezul'tat. Tekhnologii biznesa i servisa* [Scientific result. Business and service technologies], 2021, vol. 8, no. 3, pp. 32–39. DOI: 10.18413/2408-9346-2021-7-3-0-3 (In Russian).

Информация об авторах

Ледницкий Андрей Викентьевич – кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой экономики и управления на предприятиях. Белорусский государственный технологический университет (ул. Свердлова, 13а, 220006, г. Минск, Республика Беларусь). E-mail: ledniz@inbox.ru

Пшебельская Людмила Юрьевна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры организации производства и экономики недвижимости. Белорусский государственный технологический университет (ул. Свердлова, 13а, 220006, г. Минск, Республика Беларусь). E-mail: psh-ly@inbox.ru

Гайда Анна Геннадьевна – ассистент кафедры экономики и управления на предприятиях. Белорусский государственный технологический университет (ул. Свердлова, 13а, 220006, г. Минск, Республика Беларусь). E-mail: gajdaanna19@gmail.com

Information about the authors

Lednitskiy Andrey Vikent'yevich – PhD (Economics), Associate Professor, Head of the Department of Enterprise Economy and Management. Belarusian State Technological University (13a Sverdlova str., 220006, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: ledniz@inbox.ru

Pshebelskaya Lyudmila Yur'yevna – PhD (Economics), Associate Professor, Assistant Professor, the Department of Production Organization and Real Estate Economics. Belarusian State Technological University (13a Sverdlova str., 220006, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: psh-ly@inbox.ru

Gaida Anna Gennad'yevna – assistant lecture, the Department of Enterprise Economy and Management. Belarusian State Technological University (13a Sverdlova str., 220006, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: gajdaanna19@gmail.com

Поступила 18.09.2025